



어도비 디지털 물가 지수: 1 월 온라인 물가 전년동기대비 2.7% 상승

- 지난 1 월까지 20 개월 연속 온라인 인플레이션 기록
- 식료품 및 의료 장비/용품 가격 역대 최고치 경신
- 전자제품 가격은 전년 대비 3.4% 하락

2022 년 2 월 16 일, 서울 - 어도비가 발표한 어도비 디지털 물가 지수(DPI: Digital Price Index)의 최신 온라인 인플레이션 데이터에 따르면, 2022 년 1 월 온라인 물가는 전년동월비 2.7%, 전월 대비 1.1% 상승하며 20 개월 연속 온라인 인플레이션이 지속되고 있다. 온라인 물가는 연말 성수기 시즌의 영향으로 지난 11 월(전년동월비 3.5% 상승)과 12 월(전년동월비 3.1% 상승)에 역대 최고치를 기록한데 이어 1 월에도 상승세를 띄었다.

특히 1 월에는 식료품 가격이 전년대비 5.8%, 전월대비 1.2% 상승해 가장 큰 연간 증가폭을 기록하면서 2 년 연속 온라인 인플레이션을 이어갔다. 지속적인 상승세를 보이고 있는 의료 장비/용품 물가 또한 전년동월비 8.2% 증가(전월 대비 0.1% 하락)하며 코로나 19 오미크론 변이 바이러스 확산세와 맞물려 연간 최대 상승폭을 기록했다. 반면 전자제품의 온라인 가격은 계속해서 하락세(전년동월비 3.4% 하락)를 보이고 있다.

소비자가 온라인에서 제품 구매 시 지출하는 금액에 대한 포괄적인 분석을 제공하는 어도비 디지털 물가 지수(DPI)는 어도비 애널리틱스가 1 조건 이상의 소매 웹사이트 방문 데이터와 18 가지 품목에 걸쳐 1 억 개 이상의 재고관리코드(SKU)를 분석한 내용을 기초로 한다. 품목은 전자제품, 의류, 가전제품, 책, 완구, 컴퓨터, 식료품, 가구/침구, 도구/인테리어 자재, 홈/가드닝, 반려동물 제품, 보석류, 의료 장비/용품, 스포츠 용품, 개인 위생 용품, 각종 선물류, 비처방약, 사무용품 등을 포함한다.

패트릭 브라운(Patrick Brown) 어도비 성장 마케팅 및 인사이트 부문 부사장은 “전자제품과 의류 등 일부 제품군의 온라인 가격 하락으로 온라인 인플레이션이 지난해 11 월 경신한 최고치보다는 소폭 감소했지만 소비자들은 여전히 디지털 경제의 물가 상승을 경험하고 있다”며 “특히 매 월 온라인 물가를 경신하고 있는 식료품과 같이 소비자 수요가 강세인 품목에서의 온라인 인플레이션 현상이 두드러지고 있다”고 설명했다.

올해 1월 디지털 물가 지수가 분석한 18개 품목 중 전년동월보다 온라인 가격이 상승한 품목은 13가지로 확인됐다. 특히 의류 가격이 다른 품목보다 가파른 상승세를 보였고, 전자제품, 보석류, 책, 완구, 컴퓨터 등 5가지 품목의 가격은 하락했다.

전월대비 물가 변화에서는 18개 품목 중 15개 품목의 온라인 가격이 인상됐고, 의류, 의료 장비/용품, 각종 선물류 등 3가지 품목의 가격은 감소한 것으로 나타났다.

어도비 디지털 물가 지수에서 주목할 만한 품목 (2022년 1월 기준)

- 식료품 가격은 전년동월비 5.8%, 전월비 1.2% 상승하며 연간 기준 가장 높은 상승률을 기록했다. 이는 코로나19 팬데믹이 시작된 첫해인 2020년 10월 식료품의 온라인 가격이 5.2% 급등한 것을 넘어선 물가 상승폭이다. 지난 1월까지 24개월 연속 온라인 물가 상승세를 보인 식료품은 오프라인 매장의 물가를 반영한 소비자 물가 지수(Consumer Price Index)와 동일한 추이를 보인 유일한 품목이기도 하다.
- 코로나19 오미크론 변이 바이러스의 확산으로 품귀 현상을 빚은 진단키트의 수요 증가와 맞물려 **의료 장비/용품**의 가격 또한 전년동월비 8.2% 상승하며 연간 기준 가장 높은 물가 상승률을 기록했다.
- 최근 8개월 연속 전년 대비 하락하거나 균일한 추세를 보여 온 **사무용품** 가격도 1월에는 상승 곡선을 그렸다. 이는 오미크론 변이로 재택근무가 지속됨에 따라 홈오피스 제품에 대한 높은 수요를 반영한 것으로, 해당 품목의 온라인 물가는 전년동월비 1.5%, 전월 대비 2.2% 상승했다.
- **전자제품** 가격은 연말 시즌 할인을 단행한 지난해 12월에 비해 2.0% 상승했지만, 결과적으로 전년동월비 3.4% 하락하며 지난 12월(전년동월비 2.6% 하락)보다 더 큰 하락폭을 그렸다. 전자제품은 전자상거래의 주요 품목 중 하나로, 해당 품목의 온라인 가격 하락은 1월 온라인 인플레이션 수치에 큰 영향을 미쳤다.
- **의류** 가격은 연말 성수기인 지난해 11월(전년동월비 17.3% 상승)과 12월(전년동월비 16.6% 상승)에 비해 다소 주춤한 상승률(전년동월비 15.8% 상승, 전월비 1.7% 하락)을 보였다. 의류 품목에서 발생하는 전자상거래 지출 규모를 감안할 때, 이번 하락세는 1월 온라인 물가를 낮추는데 영향을 미쳤다는 분석이다.

디지털 물가 지수(DPI)에 대해

디지털 물가 지수는 미국 노동통계국이 발표하는 소비자물가지수(Consumer Price Index, CPI)를 모델로 하며, 피셔가격지수(Fisher Price Index)를 활용해 온라인 물가를 추적한다. 피셔가격지수는 당월과 전월에 구매한 동일한 제품의 수량을 파악해 각 품목 별 가격 변동을 계산한다. 어도비의 분석은 인접한 두 달 동안 구매한 제품의 실제 수량에 따라 가중치를 부여한다. 어도비는 어도비의 AI 및 머신러닝 프레임워크인 어도비 센세이(Adobe Sensei)와 소비자물가지수 매뉴얼에 정의된

품목으로 제품을 분류하는 수작업을 모두 활용하고 있다. 해당 방법론은 저명한 경제학자인 오스틴 굴스비(Austan Goolsbee)와 피트 클레노 (Pete Klenow)에 의해 처음 개발됐다.

어도비에 대해

어도비는 디지털 경험을 통해 세상을 바꾼다. 자세한 정보는 [어도비 홈페이지](#)에서 찾을 수 있다. 어도비코리아에 대한 정보 및 뉴스는 어도비코리아의 [공식 페이스북](#)과 [뉴스룸](#)에서 확인 가능하다.

###